

## **P-1 Arbeitsprogramm 2024 - grenzenlos solidarisch!**

Gremium: 57. Bundeskongress  
Beschlussdatum: 22.10.2023  
Tagesordnungspunkt: P Arbeitsprogramm

### **Antragstext**

#### **Einleitung**

Das vergangene Verbandsjahr war geprägt von Konflikten - ob Lützerath, GEAS-Reform oder Schuldenbremse. Immer wieder sind wir als Grüne Jugend, als Teil der politischen und gesellschaftlichen Linken, in Opposition gegangen zur aktuellen Politik. Diese Konflikte waren nicht immer einfach, doch haben sie uns als Verband weiter zusammenwachsen lassen und unser Selbstverständnis als eigenständige Jugendorganisation gestärkt. Für wirkliche politische Veränderung, für eine Verbesserung der Lebenssituation von Menschen braucht es Druck von außen!

Dieses Jahr war auch eines der Weiterentwicklung unserer Analysen: wir haben unser internationalistisches Profil geschärft und unser Verständnis dafür, wie unsere politische Praxis mit Kämpfen über alle Landesgrenzen hinweg zusammenhängen kann.

Mit diesen Erfahrungen im Gepäck brechen wir auf in das Kampagnenjahr 2024, in dem wir die anstehenden Wahlkämpfe nutzen werden, weiter an einer starken Organisation und einer starken Linken zu arbeiten, die in der Lage ist, echte Verbesserungen zu erkämpfen!

#### **Bildungsarbeit**

Bildungsarbeit ist eine der zentralen Aufgaben der Grünen Jugend. Nur wenn wir die Verhältnisse um uns herum verstehen, können wir sie kritisieren und Wege zur Veränderung finden. Es ist unsere Aufgabe, allen Mitgliedern auf allen Ebenen und mit den verschiedensten Wissens- und Erfahrungsständen die Möglichkeit zu geben, sich weiterzubilden und die eigene Analyse weiter zu schärfen. Dafür wollen wir auch im kommenden Jahr viele Möglichkeiten bieten.

25 **Frühjahrskongress**

26 Der Frühjahrskongress ist unser zentraler Ort für die Bildungsarbeit im  
27 Verbandsjahr. Dort widmen wir uns den zentralen Fragen unserer Zeit und  
28 entwickeln eine gemeinsame Analyse des Status Quo - und wie es anders sein  
29 könnte. In der Vorbereitung auf die Europawahl wollen wir einen Schwerpunkt auf  
30 die Europäische Union und unser Verhältnis zu ihr setzen.: Woher kommt die EU  
31 eigentlich? Was wird uns durch die EU ermöglicht? Und welche Kritikpunkte haben  
32 wir aus einer linken Perspektive an ihr? Was sind Handlungsspielräume für uns?  
33 Wie wirken sich europäische Finanz-, Klima- und Migrationspolitik auf das Leben  
34 von uns allen aus? Und was hat eigentlich neoliberale Politik mit all dem zu  
35 tun?

36 Auch wird es wieder viele Möglichkeiten zur Vernetzung und zum Kennenlernen  
37 geben. Darüber hinaus werden wir den kommenden Frühjahrskongress als gemeinsamen  
38 Auftakt für die heiße Phase unserer Kampagne zur Europakampagne nutzen.

39 **Sommerakademie**

40 Auf der Sommerakademie 2024 wollen wir Hürden für positive politische  
41 Veränderung in den Blick nehmen und uns Fragen, wie ein besseres Morgen aussehen  
42 kann. Vieles verändert sich, häufig jedoch nicht zum Besseren - warum ist das  
43 so? Wieso bedeutet ein Mehr an staatlichen Eingriffen nicht zwangsläufig ein  
44 Mehr an Gerechtigkeit, Freiheit und demokratischer Mitbestimmung? Wieso sind  
45 autoritäre Kräfte im Aufwind? Was hindert Menschen daran, die Verhältnisse zu  
46 erkennen, zu verstehen und zu verändern? Durch ein Verständnis davon wollen wir  
47 unsere Analysen als Verband schärfen, unsere Strategiefähigkeit erhöhen und  
48 gemeinsam Visionen entwickeln, wie es anders sein könnte!

49 **Mitgliedermagazin**

50 Das Mitgliedermagazin als fester Bestandteil unserer Bildungsstrategie wird im  
51 kommenden Jahr erneut zweimal erscheinen. Anknüpfend an die Kampagne zur  
52 Europawahl wird sich die erste Ausgabe mit den Kampagnenschwerpunkten  
53 auseinandersetzen und hier eine vertiefte inhaltliche Auseinandersetzung damit  
54 bieten.

55 Die zweite Ausgabe beschäftigt sich ausgehend von der aktuellen politischen Lage  
56 im kommenden Jahr mit der Notwendigkeit zur Aufbau einer starken Linken, gerade  
57 in Zeiten des schwindenden Vertrauens in die Möglichkeit zur Veränderung und des  
58 Erstarkens rechter Kräfte.

59 Es sollen weiterhin Formate erarbeitet, erprobt und weitergeführt werden, wie  
60 die über:morgen als dezentrales Mittel der Bildungsarbeit in der gesamten Breite  
61 des Verbandes gelesen und diskutiert wird. Die über:morgen soll, sowohl physisch

62 als auch digital, noch weiter im Verband verankert werden.

## 63 **Bildungsarbeit und Landesverbände**

64 Im vergangenen Jahr haben wir als Verband beschlossen, dass Landesverbände in  
65 Zukunft vor allem die Grundlagenbildung für die Breite des Verbands stemmen  
66 werden - und das mit vollem Erfolg! Mit zahlreichen Workshops auf  
67 Landesmitgliederversammlungen, Seminarwochenenden und Bildungscamps zeigt der  
68 Verband, wie gute Grundlagenbildung im gesamten Verband aussehen kann. Hierbei  
69 wollen wir den nächsten Schritt gehen und insbesondere Landesvorstände und  
70 Bildungsteams auf Landesebene stärken, ausbilden und dazu befähigen, unsere  
71 gesamtverbandliche Bildungsstrategie weiter mit Leben zu füllen. Dabei werden  
72 insbesondere das Bildungsteam auf Bundesebene gemeinsam mit Trainer\*innen und  
73 Bundesvorstand tatkräftig unterstützen.

## 74 **Trainer\*innen**

75 Durch die Ausbildung von mehr als 30 neuen Trainer\*innen auf Bundesebene konnten  
76 wir als Verband große Schritte in der Professionalisierung unserer Bildungs- und  
77 Ausbildungsarbeit auf allen Ebenen gehen: Egal ob für methodische und  
78 inhaltliche Schulungen zur Kampagne, für Klausurmoderationen, für Workshops vor  
79 Ort oder Vermitteln von Grundlagen auf dem Frühjahrskongress. Zudem wollen wir  
80 die Trainer\*innen im Verband bekannter machen, um an allen Orten strategisch  
81 kluge und gut konzipierte Bildungsarbeit möglich zu machen - unabhängig von  
82 finanziellen Ressourcen der Kreis- und Landesverbände.

83 Für die Weiterbildung der Trainer\*innen wollen wir sowohl online als auch in  
84 Präsenz Formate anbieten - insbesondere um sie als methodische und inhaltliche  
85 Multiplikator\*innen für die Europakampagne zu befähigen, diese in die Breite des  
86 Verbandes zu tragen.

## 87 **Unsere politische Praxis**

88 Unsere politische Praxis ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit als Grüne  
89 Jugend.

90 Wir glauben, dass gesellschaftliche Veränderung dann geschieht, wenn sich viele  
91 Menschen zusammenschließen und der Protest von den unterschiedlichsten Menschen  
92 mitgetragen wird. Deswegen fokussieren wir uns darauf, nicht nur an Regierende  
93 zu appellieren oder die nächste Online-Petition aufzusetzen, sondern langfristig  
94 mehr Menschen zu politisieren und langfristig einzubinden.

95 Wie das aussehen kann, probieren wir für uns immer wieder neu aus.

96 Mit unserem Organizing Projekt haben wir wichtige Lehren daraus gezogen, was es

97 braucht, damit Grüne Jugend Kreisverbände vor Ort politische Konflikte gewinnen  
98 können und wo auch Hürden für konkrete Kämpfe vor Ort bestehen. Im nächsten Jahr  
99 wollen wir unsere Praxis auch anhand dieser Learnings weiterentwickeln und vor  
100 allem die anstehenden Kampagnen dafür nutzen, viele neue Menschen für die Grüne  
101 Jugend zu begeistern, sie einzubinden und ihnen einen Ort zu ermöglichen, an dem  
102 sie konkret für politische Veränderungen vor Ort kämpfen können.

### 103 **Unser Hauptziel: Mehr werden!**

104 Politische Veränderung funktioniert vor allem dann, wenn wir viele sind. Es  
105 macht einen Unterschied, ob eine Klimademo an 5, 10, 50 oder 100 Orten  
106 stattfindet und ob sich gegen die nächsten Haushaltskürzungen 500 oder 500.000  
107 Menschen zusammenschließen. Deswegen ist unser Hauptziel, als Grüne Jugend neue  
108 Mitglieder zu gewinnen und dafür zu sorgen, dass unsere bestehenden Mitglieder  
109 noch aktiver werden. Im nächsten Jahr bieten sich viele Chancen dafür, eine neue  
110 Generation junger Menschen dafür zu begeistern, ihre Zukunft selbst in die Hand  
111 zu nehmen und politisch aktiv zu werden!

### 112 **Unsere Europakampagne**

113 2024 steht die Europawahl an. In Zeiten von multiplen Krisen, die ohne  
114 tiefgreifende politische Veränderung weder national noch international gelöst  
115 werden, kann unsere Einstellung zu einer Europäischen Union, die neoliberale  
116 Prinzipien institutionalisiert hat, niemals unkritisch sein. Deshalb wollen wir  
117 mit unserer Kampagne klar machen: Für ein gerechtes Europa muss sich viel ändern  
118 - und es beginnt bei uns vor Ort! Seit der letzten Europawahl 2019 hat sich für  
119 die Grüne Jugend einiges verändert. Wir haben unsere Mitgliederzahlen  
120 verdoppelt. Wir haben uns vor Ort verankert und haben nicht trotz, sondern  
121 gerade aufgrund der Regierungsbeteiligung der Grünen einen starken Schwerpunkt  
122 auf Bewegungs- und Basisarbeit gelegt. Wir sind stärker geworden und wollen  
123 diese Kraft im nächsten Jahr für unsere Kampagne nutzen, um für ein anderes  
124 Europa einzustehen!

125 Eine Kampagne funktioniert nur, wenn alle zusammenarbeiten und an einem Strang  
126 ziehen, aber uns gleichzeitig unserer unterschiedlichen Aufgaben bewusst sind.  
127 Die Kampagne findet vor allem vor Ort statt. Dort können wir junge Menschen  
128 ansprechen und direkt dort abholen, wo sie gerade stehen. Gleichzeitig schaffen  
129 wir es durch eine einheitliche Kampagne im ganzen Bundesgebiet auch, mehr  
130 Aufmerksamkeit für unsere Themen und Forderungen zu generieren. Landesverbände  
131 unterstützen dabei die Kreisverbände bei der Umsetzung der Kampagne vor Ort. Das  
132 Kampagnenteam gestaltet die Kampagne aus und unterstützt die Landesvorstände bei  
133 dem Zuschnitt auf ihren Verband. Die Trainer\*innen helfen bei der methodischen  
134 und inhaltlichen Ausbildung.

135 Anfang des kommenden Jahres machen wir uns fit für die Kampagne. Wir nutzen die  
136 Kreisverbands-Landesverbands-Treffen, die Landesmitgliederversammlungen und  
137 Workshops in den Kreisverbänden, um uns sowohl inhaltlich als auch methodisch  
138 fit zu machen! Mit unserem Frühjahrskongress mit dem Themenschwerpunkt Europa  
139 starten wir dann gemeinsam in die letzten sechs Wochen der Kampagne.

140 Im Rahmen der Kampagne zur Europawahl werden wir unsere Öffentlichkeitsarbeit  
141 auf allen Ebenen weiter professionalisieren. So können methodische Schulungen  
142 dabei helfen, die Öffentlichkeitsarbeit im gesamten Verband zu verbessern, um so  
143 noch mehr Menschen zu erreichen und zu begeistern. Hierbei werden den  
144 Sprecher\*innen der jeweiligen Ebene als Gesichter der Kampagne eine besondere  
145 Rolle zukommen, auf die sie im Rahmen von Schulungen z.B. bei Bundesvorstands-  
146 Landesvorstands und Kreisvorstands-Landesvorstands-Treffen vorbereitet werden.  
147 Das neue Corporate Design, das nach der Kampagne als gesamtverbandliches  
148 Corporate Design weitergenutzt werden soll, sorgt hierbei für einen hohen  
149 Wiedererkennungswert. Damit es schnell von allen genutzt werden kann, wird es  
150 dazu eine Vielzahl an Schulungsangeboten geben.

### 151 **Weitere Wahlen**

152 Im Frühjahr finden in neun Bundesländern Kommunalwahlen gleichzeitig zur  
153 Europawahl statt. Gemeinsam mit den jeweiligen Landesverbänden und dem  
154 Kampagnenteam werden wir Wege entwickeln, wie sich Kampagnen sinnvoll verbinden  
155 lassen und dabei nicht die spezifischen Themen der einzelnen Länder, Landkreise  
156 und Städte verloren gehen.

157 Im Herbst finden in Sachsen, Thüringen und Brandenburg außerdem Landtagswahlen  
158 statt. Diese Wahlen gehen uns alle etwas an! Umfragen zeigen auch jetzt schon,  
159 dass die rechtsextreme AfD massive Gewinne verzeichnen wird. Umso wichtiger ist  
160 es, jungen Menschen ein Angebot zu machen, sich für eine solidarische  
161 Gesellschaft einzusetzen und gemeinsam mit uns dem Rechtsruck etwas entgegensetzen  
162 zu können.

163 Als gesamter Verband unterstützen wir daher die Landesverbände Sachsen,  
164 Thüringen und Brandenburg in ihren kommenden Wahlkämpfen. Besonders der  
165 Bundesvorstand und das Kampagnenteam werden im intensiven Austausch mit den  
166 jeweiligen Landesvorständen sein, um Unterstützungsbedarfe zu ermitteln und  
167 gemeinsam viele erfolgreiche Kampagnen auf die Beine zu stellen.

168 Nach der Wahl ist vor der Wahl! Deshalb werden wir beim 1. Länderrat 2024 im  
169 Sommer das Kampagnenteam für die Bundestagswahl 2025 einsetzen, um möglichst  
170 früh in die Planung für diesen so relevanten Kampagnenzeitraum starten zu  
171 können. Das Kampagnenteam soll hierbei aus den Erfahrungen aus der  
172 Europakampagne lernen und sich dafür mit dem aktuellen Kampagnenteam eng dazu  
173 austauschen.

174 **Aktionstage**

175 Mit Aktionstagen haben wir als Verband die Möglichkeit, einen Fokus auf  
176 bestimmte Themen zu lenken. Das wollen wir auch nächstes Jahr wieder nutzen: Mit  
177 wenigen, dafür größeren Aktionstagen wollen wir uns auf relevante Konflikte  
178 konzentrieren.

179 Wie in den letzten Jahren auch, wollen wir auch dieses Jahr wieder einen  
180 Aktionstag zum 8. März gemeinsam mit unseren langjährigen Bündnispartner\*innen  
181 auf die Beine stellen und diesen Tag nutzen, um auf feministische Themen  
182 aufmerksam zu machen.

183 Zudem planen wir im Rahmen der Pride-Saison eine größere Kampagne, um als  
184 gesamter Verband unseren Kampf für queere Rechte sichtbar zu machen.

185 **Diesen Winter fahren wir zusammen!**

186 Anfang 2024 stehen die Tarifverhandlungen im Nahverkehr an. Der öffentliche  
187 Nahverkehr ist massiv unterfinanziert. Das wirkt sich sowohl negativ auf die  
188 Arbeitsbedingungen der Menschen als auch auf das Angebot für Fahrgäste aus.  
189 Gemeinsam mit ver.di und der Klimabewegung wollen wir die Tarifrunde nutzen, um  
190 Druck für massive Investitionen zu machen - für bessere Arbeitsbedingungen und  
191 eine Mega-Offensive für Bus und Bahn. So geht Klimaschutz, der breite Mehrheiten  
192 hinter sich versammelt. Als Grüne Jugend unterstützen wir auf allen Ebenen  
193 #WirFahrenZusammen. Wir beteiligen uns an der alltäglichen Arbeit in den WFZ-  
194 Ortsgruppen und nutzen gleichzeitig unser politisches Gewicht, um Aufmerksamkeit  
195 auf das Thema zu lenken.

196 **Bündnisarbeit**

197 Bündnisarbeit findet vor allem vor Ort statt. Im nächsten Jahr wollen wir uns  
198 weiterhin vor allem an Bündnissen beteiligen, die an der Schnittstelle zwischen  
199 Klimaschutz und sozialer Gerechtigkeit kämpfen. Unsere engsten Verbündeten sind  
200 dabei die Klimabewegung sowie die junge Gewerkschaftsbewegung. Wir als GRÜNE  
201 JUGEND wollen uns weiterhin aktiv dafür einbringen, Gemeinsamkeiten auszuloten  
202 und gemeinsame Projekte zu finden und umzusetzen.

203 Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr unsere Zusammenarbeit mit vielen  
204 migrantischen Organisationen ausgebaut, beispielsweise im Rahmen der Proteste im  
205 Iran. Hieran wollen wir auch zukünftig anknüpfen.

206 In Vorbereitung auf die Bundestagswahl 2025 wollen wir mit unseren  
207 Bündnispartner\*innen ausloten, wo Schwerpunkte und Handlungsfelder für eine  
208 breite Kampagne von vielen verschiedenen Akteur\*innen der politischen Linken  
209 liegen müssen, damit wir alle zusammen für echte Veränderung einstehen können.

## 210 Internationales

211 Wir wollen das kommende Jahr dafür nutzen, die Vernetzung mit unseren Partner-  
212 und Dachorganisationen, wie FYEG, EGP, CDN & GYG, zu verstetigen und in  
213 Zusammenarbeit mit dem Kampagnenteam herausarbeiten, wie wir im Rahmen der  
214 Europawahl strategisch zusammenarbeiten können.

215 Eine Frage, mit der sich das Team Internationales explizit nach der  
216 Europakampagne auseinandersetzen wird, ist die internationalistische Vernetzung  
217 für Landes- und Kreisverbände. Dafür soll das European Matches Programm  
218 weiterentwickelt werden, um eine Vernetzung mit Bewegungen, Gewerkschaften und  
219 nicht-parteilichen Organisationen voranzutreiben, die ähnliche Ziele wie wir  
220 verfolgen.

221 In Vorbereitung auf die Europakampagne planen wir außerdem eine Bildungsreise  
222 nach Griechenland.

## 223 Social Media

224 Wir wollen unseren digitalen Auftritt weiter ausbauen und haben auf Bundesebene  
225 mit einer weiteren hauptamtlichen Stelle für den öffentlichen Auftritt neue  
226 Unterstützung gewonnen.

227  
228 Durch den Zuwachs an hauptamtlichen Strukturen in der Bundesgeschäftsstelle, die  
229 sich künftig gemeinsam mit dem Bundesvorstand um die Contenterstellung für  
230 Instagram und Twitter kümmern werden, werden wir das Aufgabenfeldes des Social  
231 Media Teams verändern. Zukunft soll ein verkleinertes Team ein größeres  
232 Augenmerk auf die kreative Ausgestaltung von TikTok legen. Auf dieser Plattform  
233 haben wir hohes Potenzial, neue, vor allem sehr junge, Menschen zu erreichen und  
234 schöpfen dieses aktuell noch nicht voll aus. Dafür wollen wir feste Formate  
235 etablieren, welchen unseren Wiedererkennungswert steigern. Neue, lustige Ideen  
236 sollen verstärkt umgesetzt werden. Durch die Zusammenarbeit mit der  
237 Hauptamtlichen Stelle soll hier eine höhere Produktionsqualität gesichert  
238 werden.

## 239 Verbandsarbeit

### 240 Länderrat

241 Der Länderrat hat verschiedene Aufgaben: Es werden inhaltliche Anträge beraten,  
242 es ist ein Ort für Vernetzung und des Austauschs. Hier wollen wir auch in  
243 Zukunft verschiedene Debattenformate erproben, von gemeinsamen  
244 Thesendiskussionen in Kleingruppen bis hin zu längeren Antragsaussprachen.

245 **Strukturförderung**

246 Strukturförderung ist mittlerweile ein selbstverständlicher Teil der Arbeit der  
247 GRÜNEN JUGEND. Nur wenn alle Landesverbände die Ressourcen und das Know-How  
248 haben, strategische und professionelle Arbeit zu leisten, kommen wir als Verband  
249 weiter. Der durch Pat\*innen-Spenden finanzierte Strukturfördertopf soll dieses  
250 Jahr für unterschiedliche Projekte genutzt werden: Wie auch in den letzten  
251 Jahren wollen wir die Ostlandesverbände bei ihrer überregionalen Vernetzung  
252 unterstützen und finanzieren den Mitte-Ost-Kongress mit - gerade in Zeiten von  
253 Landtagswahlen ist der Austausch zwischen den betroffenen Landesverbänden  
254 wertvoll. Zudem wollen wir ein Förderwochenende für Frauen, inter, trans und  
255 nicht-binäre Personen finanziell und personell unterstützen. Das  
256 Förderwochenende wird vom Landesverband Sachsen-Anhalt ausgetragen, soll aber  
257 auch für Mitglieder aus anderen Landesverbänden geöffnet werden. Als letztes  
258 Projekt wollen wir natürlich die Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und  
259 Brandenburg unterstützen. Genaue Bedarfe werden wir in Absprache mit den  
260 jeweiligen Landesverbänden ermitteln und darauf achten, dass alle drei  
261 Landesverbände gleich profitieren.

262 Darüber hinaus wollen wir, gerade im Hinblick auf viele Kommunal- und die  
263 bereits angesprochenen Landtagswahlen in den Ostbundesländern im stetigen  
264 Austausch bleiben und unterstützen, wo wir können. Dazu gehören beispielsweise  
265 die intensive Betreuung der jeweiligen Landesverbände von Seiten der  
266 Bundesebene, aber auch die Anpassung der Europakampagne auf spezielle  
267 Gegebenheiten vor Ort.

268 **Bund-Länder-Vernetzung**

269 Der enge Austausch von Bund und Ländern soll weiter fortgeführt und ausgebaut  
270 werden. Sowohl der ämterbezogene Austausch, eine enge Betreuung von  
271 Landesvorständen sowie insbesondere die regelmäßigen Bundesvorstands-  
272 Landesvorstands-Treffen sorgen dafür, dass der gemeinsame strategische Austausch  
273 sowie Verantwortungsübernahme für Fragen der Verbandsentwicklung immer enger  
274 zusammen gestaltet und gelebt werden. Auch ermöglichen diese Formate eine  
275 methodische und inhaltliche Aus- und Weiterbildung, von denen alle Ebenen im  
276 Verband profitieren.

277 **30 Jahre Grüne Jugend! Zeit für ein neues Selbstverständnis**

278 Im kommenden Jahr feiert die Grüne Jugend 30-jähriges Jubiläum! Diesen Anlass  
279 wollen wir nutzen, um uns als Verband zu zelebrieren. Der Frühjahrskongress und  
280 auch das Mitgliedermagazin können Orte sein, als Verband einen Rückblick auf die  
281 vergangenen 30 Jahre zu werfen.



282 Um als Verband weiter zusammenzuwachsen und die gemeinsame Verbandsidentität zu  
283 stärken, wollen wir ein Pilotprojekt zur Vernetzung von Kreisverbänden aus  
284 unterschiedlichen Landesverbänden starten. Dadurch sollen Kreisverbände von der  
285 Erfahrung eines jeweils anderen Kreisverbandes lernen, sich dazu austauschen und  
286 sich im Rahmen der Europakampagne gegenseitig besuchen.

287 Wir wollen nicht nur auf die vergangenen 30 Jahre, sondern auch nach vorne  
288 schauen: Dafür wollen wir einen bundesweiten Prozess starten, unser mittlerweile  
289 mehr als 13 Jahre altes Selbstverständnis als Grüne Jugend neu zu formulieren!  
290 Ziel ist es, ein Selbstverständnis zu erarbeiten, welches kurz und präzise  
291 unsere zentralen politischen Anliegen und die Art, wie wir als linker  
292 Jugendverband Politik machen wollen, festhält.

## 293 **Debattenorte**

294 Mit der Erweiterung des Arbeitsbereichs Debattenorte geht es nach der  
295 umfangreichen Analyse in diesem Jahr vor allem um das Transparentmachen der  
296 Ergebnisse, das Entwickeln, Umsetzen und Ausprobieren von bestehenden und neuen  
297 Debattenorten im Verband!

298 Als neues, überregionales Debattenformat wollen wir im kommenden Jahr  
299 Regionalforen ausprobieren - in diesen Foren sollen Mitglieder aus mehreren  
300 Landesverbänden zusammenkommen und sich über aktuelle Themen des Verbands  
301 weiterbilden und austauschen. Bei den Regionalforen werden wir uns der Nachlese  
302 der Europakampagne widmen, Fragen der Verbandsentwicklung diskutieren und über  
303 ein neues Selbstverständnis für die Grüne Jugend beraten. Schwerpunkt liegt auf  
304 der offenen und vielfältigen Debatte in der breiten Basis des Verbands, damit  
305 mehr Menschen in Prozesse eingebunden werden und an strategischen Entscheidungen  
306 der Bundesebene teilhaben können.

307 Der Prozess hat in diesem Jahr erneut gezeigt, dass der Bundeskongress in seiner  
308 jetzigen Form nicht zukunftsfähig ist. Viele Mitglieder haben nicht das Gefühl,  
309 sich im Rahmen der Mitgliederversammlung angemessen in Debatten einbringen zu  
310 können und sich wohl und sicher zu fühlen. Insbesondere die Barrierearmut kann  
311 nicht in dem Rahmen gewährleistet werden, wie es unser Anspruch als Grüne Jugend  
312 ist. Gleichzeitig ist es aufgrund der Größe der Veranstaltung immer schwieriger,  
313 adäquate Räumlichkeiten zu finden und Sicherheitsstandards einzuhalten.

314 Der Arbeitsbereich Debattenorte wird damit beauftragt, sich ausgehend von den  
315 Ergebnissen der Verbandsanalyse im kommenden Jahr mit konkreten Konzepten zur  
316 Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit des Bundeskongresses auseinanderzusetzen.  
317 Aufgrund der finanziellen und organisatorischen Belastung werden im Rahmen  
318 dessen verschiedene Lösungen geprüft, unter anderem auch die Möglichkeit eines  
319 Delegiertensystems. . Diese Prüfung findet ergebnisoffen statt. Der  
320 Arbeitsbereich berichtet, wann er woran arbeiten möchte und berichtet regelmäßig

321 über seine Arbeit und nächste geplante Schritte, um den Prozess transparent zu  
322 machen und die Teilhabe des gesamten Verbands zu ermöglichen. Dabei ist für ihn  
323 die Sicherung der basisdemokratischen Grundprinzipien der Grünen Jugend und die  
324 Teilhabe des gesamten Verbands an den wichtigsten Entscheidungen das oberste  
325 Gebot. Insbesondere soll sich der Arbeitsbereich Debattenorte der Sicherstellung  
326 der Beteiligung sehr junger Menschen am Bundeskongress, der  
327 Geschlechtergerechtigkeit, Inklusion und der Berücksichtigung der  
328 strukturschwachen Gebiete widmen. Die Durchführbarkeit verschiedener Konzepte  
329 wird gemeinsam mit Bundesvorstand und Bundesgeschäftsstelle bewertet und den  
330 Mitgliedern detailliert dargelegt. Dafür relevante Datengrundlagen werden im  
331 Rahmen des Datenschutzes transparent und nachvollziehbar offengelegt.

332 Im Vorfeld zum Bundeskongress laufen verbandsweite Debatten, beispielsweise im  
333 Rahmen von Vorprogrammen, noch nicht optimal. Deswegen soll der Arbeitsbereich  
334 Debattenorte Wege erproben, wie schon im Vorlauf zum Bundeskongress spezifische  
335 Themen und Verbandsstrategien besser gemeinsam debattiert werden können. Der  
336 Fokus soll dabei auf der Kreisverbandsebene liegen und Mitglieder dazu  
337 ermächtigen, sich in die Positionsfindung des Verbandes einzubringen.

338 Die Verbandsumfrage hat gezeigt, dass Fachforen von der Breite des Verbandes  
339 nicht als ansprechender Debattenort wahrgenommen werden. Der Arbeitsbereich  
340 Debattenorte wird hierzu mit den Aktiven in den Fachforen weiterhin im Austausch  
341 sein, um zu diskutieren, welche Rolle Fachforen im Verband einnehmen können und  
342 in welchem Rahmen fachpolitische Debatten am besten aufgehoben sind.

343 Der Arbeitsbereich Debattenorte hat als weiteres Handlungsfeld die Kommunikation  
344 und Transparenz zwischen den Ebenen identifiziert. Deswegen soll er sich 2024  
345 der Frage widmen, wie unsere verbandsinterne Kommunikation so gestaltet sein  
346 kann, dass alle rechtzeitig über wichtige Entwicklungen informiert sind und  
347 Gelegenheit haben, sich in Prozesse stärker einzubringen. Mit Bundesvorstand,  
348 Landesvorständen und Kreisvorständen soll er in den Austausch über das  
349 Optimierungspotential bisheriger Kommunikationswege gehen und gegebenenfalls  
350 neue vorschlagen.

351 Auf allen Ebenen des Verbandes wird debattiert und Demokratie gelebt. Deswegen  
352 wird sich der Arbeitsbereich Debattenorte im kommenden Jahr mit den  
353 Landesvorständen über ihre Debattenorte auf Landesebene und deren  
354 Optimierungspotenzial austauschen.

355 Der Debattenortprozess soll weiterhin in jeder Phase Mitgliedern die  
356 Möglichkeit geben, sich einzubringen und Feedback und Ideen in den Prozess  
357 einzuspeisen. Dafür informiert der Arbeitsbereich regelmäßig, transparent und  
358 nachvollziehbar über den aktuellen Stand des Prozesses und nächste Schritte,  
359 beispielsweise bei Veranstaltungen und digital.

## 360 **Frauenförderung und Geschlechterstrategie**

361 Im Bereich Frauenförderung und Geschlechterstrategie sind wir letztes Jahr große  
362 Schritte gegangen. Ob umfängliche Verbandsbefragungen, ein neues Handbuch zur  
363 Umsetzung unserer Geschlechterstrategie oder dem ersten Förderwochenende für  
364 inter, trans und nicht-binäre Personen: An diese Arbeit wollen wir auch im  
365 kommenden Jahr anknüpfen.

366 Nachdem unser erstes Förderwochenende für inter, trans und nicht-binäre Personen  
367 ein großer Erfolg war, wollen wir dieses Angebot verstetigen und auch 2024 ein  
368 solches Wochenende anbieten.

369 Die Verantwortlichen für Frauenförderung und Geschlechterstrategie auf  
370 Landesebene sind weiterhin die zentrale Schnittstelle zwischen Bundesebene und  
371 Kreisverbänden, wenn es um die Förderung und Vernetzung von Frauen, inter, trans  
372 und nicht-binären Personen geht. Die Verantwortlichen wollen wir von Anfang gut  
373 begleiten, und Schulungen für sie anbieten, um sie dazu in die Lage zu  
374 versetzen, Verantwortliche auf Kreisebene weiterzubilden.

375 Das Team für Frauenförderung und Geschlechterstrategie soll sich dieses Jahr vor  
376 allem auf die Unterstützung der Landesebenen zur Etablierung verschiedener  
377 Fördermaßnahmen konzentrieren, beispielsweise durch die Unterstützung bei der  
378 Planung von eigenen Förderangeboten oder der Ausbildung von Verantwortlichen auf  
379 Kreisebene. Ziel ist es, dass an möglichst vielen Orten qualitativ hochwertige  
380 Förderangebote für unterschiedliche Zielgruppen entstehen, um so möglichst  
381 vielen Menschen eine Beteiligung an diesen Formaten zu ermöglichen.

382 Zusätzlich dazu planen wir 2024 eine Kampagne zu queeren Rechten im Rahmen der  
383 Pride-Saison.

## 384 **Antirassistische Strategien**

385 Im vergangenen Jahr konnte der Arbeitsbereich Antirassistische Strategien  
386 nahtlos an den Entwicklungen der letzten Jahre anknüpfen und sich dabei vor  
387 allem auf Umsetzung und Erprobung unserer beschlossenen Antirassistischen  
388 Strategie fokussieren. Auch im nächsten Jahr möchten wir weitere Schritte in  
389 diese Richtung unternehmen und darauf hinarbeiten, dass wir als Verband überall  
390 unsere Strategie umsetzen.

391 Wir werden das Austauschformat zwischen Bundes- und Landesebene ausweiten, indem  
392 wir die einzelnen Landesverbände in ihren Planungen und Bestrebungen zu  
393 Antirassistischen Strategien eng betreuen und beraten. Hierfür werden wir eine  
394 Übersicht aller Planungen für das Jahr 2024 vornehmen und dort beraten, wo es  
395 sinnvoll und notwendig ist. Hiermit möchten wir Landesverbände auf ihrem Weg  
396 einer eigenständigen Umsetzung der Strategie unterstützen.

397 Ein großer Erfolg bleiben Vernetzungsangebote wie das Förderwochenende, die sich  
398 großer Beliebtheit erfreuen. Diese möchten wir im nächsten Jahr weiterführen.

399 Neben den Vernetzungstreffen auf unseren großen Kongressen, möchten wir ein

400 weiteres Förderwochenende für migrantisierte Mitglieder anbieten. Da wir merken,  
401 dass die Nachfrage nach solchen Formaten sehr hoch ist, die Kapazitäten auf der  
402 Bundesebene allerdings grenzen haben, wollen wir zusätzlich ein neues Format von  
403 regionalen Vernetzungstreffen erproben. Hierfür möchten wir im ersten Schritt  
404 mit mehreren Landesverbänden Vernetzungstreffen konzipieren und planen, die  
405 danach von ihnen organisatorisch umgesetzt werden.

406 Den 2023 vom Arbeitsbereich konzipierten Workshop zu „solidarischem  
407 Antirassismus“ möchten wir im nächsten Jahr im Verband ausrollen und etablieren,  
408 um Debatten über Analyse und Verbandspraxis überallhin zu bringen. Bearbeiten  
409 soll diese Themen weiterhin der Bundesvorstand zusammen mit dem Arbeitsbereich  
410 Antirassistische Strategien.

## 411 **Inklusion**

412 Wir wollen jedem Mitglied eine bestmögliche Teilhabe im Verband ermöglichen. Wir  
413 werden weiterhin an der Barrierearmut, insbesondere bei Veranstaltungen,  
414 arbeiten. Dabei gehen wir auf vielfältige Bedarfe ein, egal welche Behinderungen  
415 oder chronische Erkrankungen Menschen mitbringen. Dazu gehört auch, die  
416 Möglichkeiten zur Unterstützung transparent und leicht zugänglich zu machen und  
417 Hürden abzubauen, auch bei Formularen und Informationen zu Veranstaltungen. Um  
418 diesem Anspruch gerecht zu werden, wollen wir den Austausch mit Betroffenen  
419 weiterführen. Weiterhin wollen wir sie beispielsweise bei Vernetzungsangeboten  
420 im Rahmen von Kongressen verstärkt einbinden. Wir wollen erproben, unsere  
421 Grundlagenworkshops auf dem Frühjahrskongress in verschiedenen Lernniveaus  
422 auszugestalten, um eine einfacher zugängliche Variante mit mehr Pausen  
423 anzubieten.

424 Im Rahmen des Prozesses zur Neugestaltung unserer Debattenorte haben wir sowohl  
425 in der Verbandsumfrage als auch im direkten Austausch die Bedarfe und auch  
426 Problemstellungen von Menschen mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen  
427 erfragt und wollen dies auch weiterführen, um ihre wichtigen Erfahrungen in  
428 Weiterentwicklungsprozesse mit einfließen zu lassen.

## 429 **Finanzen**

430 Durch die Erhöhung der staatlichen Förderung für Jugendparteien sowie der  
431 Anpassung der Mitgliedsbeiträge konnte sich die finanzielle Situation des  
432 Bundesverbandes in den letzten Jahren stabilisieren, jedoch gefährdet die  
433 Schuldenbremse und die damit verbundenen Kürzungen dieses Fundament. Zusätzlich  
434 dazu sind massiv gestiegene Preise, insbesondere bei Veranstaltungsorten,  
435 Unterkünften und Verpflegung, für uns als Verband deutlich spürbar.

436 Wir müssen aktuell mit der Ungewissheit umgehen, wie sich die öffentliche

437 Förderung entwickelt, da diese, wie viele weitere Bereiche der Kinder- und  
438 Jugendarbeit und der politischen Bildung, ins Zentrum von Sparmaßnahmen gerückt  
439 sind.

440 Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, die Finanzmittel, beispielsweise  
441 über Spenden, zu erhöhen: Wahlkampfzeiten lassen sich sehr gut für Fundraising  
442 nutzen, aber auch darüber hinaus brauchen wir eine stabile, finanzielle Basis.  
443 Deshalb wollen wir 2024 dazu nutzen, unser Pat\*innenprogramm, von dem sowohl die  
444 Bundes- als auch die Landesebene profitieren, zu aktualisieren und aktiv daran  
445 arbeiten, gemeinsam unsere Mittel zu erhöhen. Bundes- und Landesvorstände werden  
446 sich hiermit im kommenden Jahr vertieft auseinandersetzen. Der Bundesverband  
447 steht weiterhin beratend und unterstützend zur Seite, beispielsweise wenn es um  
448 Finanzverhandlungen oder Wahlkampfbudgets geht.

449 Die Finanzen des Bundesverbands müssen krisenfest gestaltet werden. Dafür müssen  
450 Ausgaben besser kalkulierbar sein: Es müssen Mittel und Wege gefunden werden,  
451 wie Controlling besser sichergestellt werden kann und gleichzeitig müssen  
452 unberechenbare Kosten auf ein Minimum reduziert werden. Dies betrifft vor allem  
453 Großveranstaltungen, insbesondere den Bundeskongress, der jedes Jahr spürbar  
454 teurer und schwieriger zu kalkulieren wird.